

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Variabel gaya hidup secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Variabel citra merek secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Variabel kualitas produk, gaya hidup, dan citra merek secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 58,7%.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan.

1. Bagi Perusahaan

Berkaitan dengan temuan sebelumnya, dimana mayoritas pengguna iPhone di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah perempuan berusia 18-25 tahun, berstatus sebagai mahasiswa atau mahasiswi, dan lebih memilih membeli iPhone dalam kondisi baru dengan seri 11 yang paling banyak digunakan, Apple perlu menyesuaikan strategi pemasaran dan produk mereka untuk lebih sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan segmen ini.

Perusahaan Apple perlu meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas layanan purna jual di Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan juga perlu mengembangkan fitur-fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan hiburan dan interaksi sosial pengguna. Meningkatkan pemasaran yang menekankan bagaimana iPhone dapat menjadi simbol identitas dalam komunitas atau budaya tertentu, serta menonjolkan keunggulan produk dalam mendukung tren terbaru dan peningkatan status sosial. Perusahaan Apple juga perlu memperkuat *Brand Community Strategy* untuk membangun komunitas pengguna yang kompak, menciptakan rasa kebersamaan, dan memperkuat identitas sesama pengguna iPhone.

2. Bagi peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti topik dan objek sama dapat membedakan lebih jelas antara pendapatan dari pekerjaan dan pendapatan dari pemberian orang tua dalam analisis

konsumsi. Berfokus pada bagaimana masing-masing jenis pendapatan mempengaruhi pola belanja dan keputusan pembelian mahasiswa, serta dampaknya terhadap sikap dan pengelolaan keuangan. Pendekatan ini akan memberikan wawasan lebih dalam tentang perbedaan perilaku konsumsi antara mahasiswa yang bekerja dan yang bergantung pada uang saku.

Peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel-variabel lainnya berkemungkinan menjadi faktor serta pengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena ditemukan hasil bahwa terdapat sebesar 41,3% keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel yang belum digunakan pada penelitian ini.